

# 《中国故事 杭州魅力》系列短视频的叙事策略与城市形象建构

吴淑君

**摘要：**互联网时代的媒介内容呈现出碎片化、分众化、微叙事的多元特征。短视频作为一种新兴内容传播形态，在互联网的消费语境下，改变了传统视频内容的生产方式和叙事手法。笔者认为《中国故事 杭州魅力》系列短视频通过创新叙事策略，塑造了更加立体多元的城市形象，成为互联网时代城市传播的一种新形态。

**关键词：**短视频 叙事策略 城市形象

随着移动互联网的快速发展，短视频作为互联网时代的新兴媒介内容形态受到网络受众的追捧。互联网媒介技术的出现，解构了传统媒介的时间和空间，不仅改变了传播方式，更改变了传统媒体内容的创作方式。在互联网碎片化、及时性的传播环境下，各种凸显微叙事特征的内容开始出现。短视频是以影像语言为主要表现方式的视听艺术，作为一门影像叙事艺术，在对城市题材的书写上，不仅可以直观展示城市的物质空间，建构城市的视觉形象，同时作为一种叙事话语，通过创作者的主观介入，融入情感的表达和历史文化，在一定程度上建构了认知框架，构建了意念中的城市形象，进而对观众的认知产生影响。《中国故事 杭州魅力》系列短视频是由互联网视频平台二更视频创作的杭州系列宣传片，不同于以往的城市宣传片，该系列短视频强调以纪实手法的真实表达为追求，通过每集四分钟左右时长的故事，以微纪录的形式讲述了杭州的历史文化、自然地理风貌、市井生活、创新创业环境等多个侧

面，塑造了包容开放、立体化的城市形象，更加贴近人的生活 and 情感。

## 一、短视频《中国故事 杭州魅力》的传播特征

### （一）塑造城市形象

当今城市间的竞争已从单纯的经济竞争转向包括城市形象在内的复合竞争，人们开始更多地从文化、景观、生态等角度认知城市、评判城市，寻求构筑新的城市人文空间。<sup>①</sup>短视频《中国故事 杭州魅力》通过多元化的内容呈现，从多个侧面讲述杭州故事，塑造了立体的杭州形象。具体来讲通过二十集的内容，塑造了人文杭州、生态杭州、开放杭州的形象，强化了观众对杭州的认识。

首先，建构了人文杭州。城市人文形象塑造的重要一点是展现城市历史文化，传递人文精神。该片聚焦杭州的历史文化，通过人物故事呈现杭州厚重的历史。不仅展现了良渚文化，百年西泠印社、雕版印刷等传统，将杭州的历史文脉展现出来。在《雕琢爱艺》一集中解说词在开头就谈到：中国文人的特点是淡雅，它代表一种心境。自述的语言勾勒出杭州人对淡

雅心境的追求。此外，通过对杭州爱乐乐团、杭州动漫节的展现，讲述了当下杭州兼容并包、丰富多彩的文化生活，凸显了杭州人文之城的一面。

其次，展现了生态杭州。该系列短视频通过选择杭州西湖、郊区村庄、艺术小镇等叙事空间展现杭州绿水青山的自然生态环境。片中书法家王冬龄在谈杭州是一个适宜艺术家居住的城市时，画面里呈现的是儿童对着西湖作画镜头，以及航拍视角对西湖自然美景的展现。在微观上，镜头给予湖水、荷叶、石阶、竹林进行直观的近景或特写的写实展现。在《谷里乡愁》里，天目山的瀑布、竹林、青山等自然生态环境给观众呈现出世外桃源的空间感。片中民宿主人通过对空间的现代化改造，将建筑空间与自然融为一体，传递宜居宜业宜游的杭州景象。

再次，营造了开放杭州。从宏观上来讲，该系列二十集短视频的故事主题集中放大了开放包容、创业创新的杭州特征，创新精神、创新之城贯穿全片。无论是传统文化，还是当下日常生活，每个人的叙事都体现着创新活力带来的变化。书法家王冬龄用自己的艺术创新表达杭州的包容能够承载传统文化的积淀，又能够接纳新科技的发展；杭州外婆家创始人不断尝试对美食的创新，开发杭州味道的菜品，而他本人是一个追求新生事物的潮人。而《风起之江》等小镇空间的故事更是通过年轻人的创业创新，将杭州的年轻与活力展现出来。

### （二）传播城市文化

城市文化积淀着一座城市独特的精神标识和人文追求，短视频用流动的影像让文化样式动起来。通过艺术化手法，对文化进行再创造，赋予其新的内涵，使其得到传播。片中具体展现了以建筑景观、传统手工艺、科技创新为代表的物质文化，以及通过日常生活体验、人物性格塑造、文化作品阐释传递出的精神文化创造。通过对杭州城市建筑空间的展现，传递了杭州古老与现代交融的城市，自然生态与现代文明交汇，杭州的形象跃然纸上。对《杭绣守护者》非遗传承人赵

亦军说，刺绣是一种修身养性的工作，一坐到台前人就静下来了。而西泠印社的刻章，表达一种持之以恒的高尚情操。通过对传统故事的讲述，使江南文化的诗意精神得以呈现。在对新时代的杭州文化塑造中，纪录片选取了科技、青创小镇、动漫、体育等为代表的故事群，集中展现了杭州在发展中不断吸收的文化成果，创新发展的城市文化。

### （三）聚焦人物情感

纪录片的价值和意义主要通过情感的表达来呈现，情感是在故事基础上的情感升华。创作者通过观察体验生活，通过镜头语言、声音、音乐等手段对素材的创造性表达，与观众的情感产生共鸣。传递情感是构建观众审美空间的核心和灵魂。短视频作为一种微纪录，片中的情感叙事并不是独立的叙事，而是在整体叙事中更倾向于讲述具有独特生命体验的内容，有意识地、结构性地融入对个人的关注，对其中的人物命运、行动、性格和矛盾进行层进展现。<sup>②</sup>在杭州良渚文化村，居住在此的高知群体组织丰富多彩的社区活动，他们互帮互助彼此串门，通过对人们日常生活的记录，呈现普通人的生活与情感状态，表达人与人的友好睦邻关系，塑造了幸福安逸的杭州生活图景。

在表达杭州动漫之城的一集中，镜头对准城市里的青年人、孩子的笑脸，通过特写传递出欢快的情感，突出动漫文化影响下的生活趣味性，构成了城市里人的群像。

## 二、跨文化传播背景下短视频《中国故事 杭州魅力》的叙事策略分析

跨文化传播是在不同文化背景的群体、民族之间进行的文化交流。通过结合一定的传播技巧，降低文化折扣，消除差异影响，进而对不同的文化产生认同的传播方式。该系列短视频在选题和创作方式上有意通过跨文化传播技巧，规避、降低文化差异影响，讲述通俗易懂、具有共通性的故事。

### （一）题材选择上国际视野与本土化相结合

该系列短视频在选择题材上注重国际化语言，以降低跨文化传播中的文化折扣。通过文本分析发现，该系列作品题材聚焦自然、

历史、艺术、创业、公益、体育、科技等故事题材，用全球化时代互融互通的故事和情感，拉近与不同文化背景的观众之间的体验；立足国际视角进行本土选材，展现立体多元的杭州。西湖的自然景观、爱乐乐团的交响乐、动漫文化、以及互联网科技等这些凸显全球化的景观或文化成为不同文化背景下共同的交流文化。杭州橄榄球队的故事直接讲述了一群来自世界各地、肤色不同、语言迥异的年轻人、外国人在杭州的生活故事，塑造国际化的都市形象。同时该系列短视频比较注重本土文化的符号化叙事，强化符号与城市品牌之间的关系。比如西泠印社、西湖、雷峰塔、京杭大运河、良渚文化、云溪小镇等文化地理标志，以及刺绣、伞、书法、雕版印刷、阿里巴巴等传统与现代的文化符号，将本土文化符号与人物故事结合，将杭州与全球融为一体。

### （二）个体化的叙事视角

叙述视角的选择十分重要，它决定着站立的视角立场和角度，由谁来叙述，直接影响最后的呈现效果。该系列短视频从人的个体切入，在叙事艺术中以“我”的视角为内视角。叙事学中内视角即故事中的人物和叙述者是同一个人，将自己的个人经历和因此产生的心理活动通过讲故事的方式叙述出来，拉近与观众之间的心理距离，增强亲切感的表达风格。个体内视角与宏大视野纪录片叙事的不同在于，前者的讲述是受限的，只关注个体的感知和遭遇，语调亲切、深情、宽容、温暖，更加贴近生活。“一部纪录片所传递的价值观以及形象必须与受众的内在判断相契合才有可能实现传播目的。”<sup>③</sup>该系列短视频以个体化视角切入，以“人”的故事来切入，将独具杭州特色的鲜明符号融于故事中，表达自我的体验和情感，从“我”出发拉近与观众的心理距离，表达“我”对杭州的感知。《鸿鹄栖处》片中，通过对创业青年的多人次密集采访，串联生活化的小镇场景，表达完整的创业体验故事，将创业者的体验感通过语言传导出来，同时还以第三者的身份对杭州的置业环境进行客观评价。

### （三）注重形式美的影像风格

作为一种微纪录，该系列短视频尽管在时长和创作方法上产生了变革，但并没有改变纪录片的纪实美学，仍然可以看到纪实性的移动跟拍镜头和采访表述。从文本来看，微纪录片的特征是追求画面的精致，注重光影色彩的表现，通过精美的构图和灵活的运动，以及明快的剪辑节奏传递出极具表现力的视觉形式美。在对杭州的江南自然景观和人文精神表现上，短视频的画面又呈现出诗意化的风格，尤其是在表现江南的雨和建筑元素上。诗意纪录片就是要通过摄影机镜头从现实生活中捕捉到的具体物象，让观众体味到“象外之象”和“味外之旨”，进入一种审美意境中去。<sup>④</sup>在《禅林妙悟》中，镜头在美学上讲究用大量的留白空镜头，配以书法文字填补画面，表达东方诗意美学。

### 三、结语

系列短视频《中国故事 杭州魅力》将杭州的传统与现代文化、本土元素与国际语言、个体与群像相结合，在纵向上展示了杭州融入生活的历史文化印记；在横向上彰显城市的多元并蓄、开放创新。互联网时代，影像的传播与内容创作更加凸显微叙事的特征，达到形成瞬间记忆的传播效果。在纪实美学的影响下，城市宣传片的创作也越来越倾向于通过个体化和故事化的方式拉近与观众的距离，从而形成从个人到集体的情感和观念认同的转换。

#### 参考文献：

①王新文《关于城市形象的文化审视》，《山东大学学报》（哲学社会科学版）2003年第4期P67-69。

②郭劲锋《感动观众：个人生命体验的公众分享——纪录片的情感叙事策略研究》，《北京电影学院报》2013年第5期。

③靳斌《主题先行类纪录片的叙事策略》，《中国广播电视学刊》2017年第5期。

④牛光夏《诗意纪录片的叙事话语与审美表达》，《电影艺术》2019年第3期。

（作者单位：龙游传媒集团）